

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif, pendekatan ini menggunakan penyajian data berupa angka untuk menggambarkan proses yang terjadi. Pendekatan ini dikatakan pendekatan secara tradisional, karena pendekatan ini sudah cukup lama digunakan sehingga telah menjadi tradisi digunakan dalam pendekatan penelitian (Sugiyono, 2014:7). Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada fenomena-fenomena yang obyektif dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel-sampel tertentu, random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Menurut Muslimin (2016:46) dalam bukunya menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta saat menunjukkan hasil dari data penelitian tersebut. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin menggambarkan pengaruh terpaan pesan iklan Google *AdSense* terhadap Zalora Indonesia dalam penyajian data berbentuk angka. Data yang dianalisis berasal dari hasil pengisian angket yang disebar kepada sampel.

3.2 Tipe dan Dasar Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian asosiatif. Menurut Muslimin (2016:137) dalam bukunya menjelaskan tipe penelitian asosiatif merupakan penelitian yang berusaha mencari hubungan antara variabel yang satu dengan variabel

lainnya. Hubungan tersebut bisa dalam bentuk simetris, kausal atau interaktif. Dalam penelitian ini, hubungan yang dicari ialah dalam bentuk hubungan simetris. Hubungan simetris adalah hubungan antara dua variabel yang bersifat sejajar atausama. Hubungan simetris merupakan hubungan yang bersifat sebab-akibat. Salah satu variabel (*independen*) mempengaruhi variabel yang lain (*dependen*). Hubungan simetris adalah hubungan antar variabel yang saling mempengaruhi. Penelitian ini termasuk dalam hubungan kausal dan simetris karena peneliti ingin mengetahui variabel x dapat mempengaruhi variabel y. Sedangkan dasar penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah survey. Menurut Muslimin (2016:139) dalam bukunya menjelaskan penelitian survey digunakan bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi mengenai populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil. Jenis dan penelitian tersebut dianggap sesuai untuk mengetahui terpaan pesan iklan *Google Adsense* terhadap kesadaran merk Zalora Indonesia.

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2019. Tempat penelitian dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Malang. Tempat tersebut dipilih peneliti agar peneliti lebih mudah dalam mencari data.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014:215) populasi dalam penelitian perlu ditetapkan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data yang sesuai. Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan kriteria tertentu yang diterapkan oleh peneliti, dimana nantinya populasi tersebut dipelajari lebih lanjut untuk ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang jurusan ilmu komunikasi angkatan 2015. Tujuan memilih subyek tersebut adalah agar peneliti mudah dalam melakukan penelitian. Selain itu juga subyek tersebut dipilih karena, mahasiswa dianggap mampu mengakses internet. Mereka mempunyai handphone dan computer atau laptop sehingga mereka lebih sering mengakses internet. Untuk mendapatkan data yang akurat tentang jumlah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang aktif, peneliti meminta data kepada bagian Kajar Fisip UMM dan mendapatkan sebanyak 305 mahasiswa yang aktif di angkatan 2015 ini.

Adapun peneliti telah melakukan pra survey pada Rabu, 2 Januari 2019 sampai dengan Selasa, 14 Mei 2019 untuk mengetahui data pengetahuan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi angkatan 2015 terkait Google Adsense Zalora Indonesia yang muncul di Youtube dan Blog. Peneliti menggunakan kriteria untuk mengumpulkan populasi, maka dari itu peneliti menggunakan kriteria populasi. Berikut kriteria yang ditetapkan dalam pra survei dalam pengambilan populasi :

1. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2015.
2. Mengetahui brand/merk Zalora Indonesia.
3. Melihat *Google Adsense* Zalora Indonesia di Youtube, Blog/Website.

Dari pra survey tersebut, terkumpul sejumlah 93 responden yang menjawab “Mengetahui brand/merk Zalora” dan “Melihat Google Adsense di Youtube dan Blog”. Kemudian peneliti melakukan pra survey ulang dengan mengirimkan chat secara personal ke beberapa responden yang pernah melihat iklan Zalora Indonesia tersebut di Instagram. Sebanyak 18 anak mengetahui brand Zalora dan pernah melihat

Google Adsense tersebut di Youtube dan Blog. Maka dari itu jumlah populasi yang didapatkan dari pra survey sebanyak 111 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:215) dalam bukunya dijelaskan bahwa, sampel merupakan sebagian dari populasi itu. Misalnya populasi adalah penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya. Jadi populasi adalah jumlah subjek penelitian dalam skala besar yang nantinya diambil sampelnya menggunakan rumus. Dalam menetapkan sampel dari populasi tersebut, peneliti menggunakan rumus Taro Yamane sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

d : tingkat kesalahan (5%)

1 : angka konstan

Sampel dalam penelitian ini menurut rumus tersebut adalah :

$$n = \frac{111}{111.0,05^2 + 1}$$

$$n = \frac{111}{111.0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{111}{0,2775 + 1}$$

$$n = \frac{111}{1,2775}$$

$$n = 86,888454$$

$$n = 87$$

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan (Sugiyono, 2014:219) . Namun dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan untuk menentukan 87 responden adalah kelompok teknik *Probability Sampling*. Teknik *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk nantinya dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, dikatakan *simple* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa melihat strata atau tingkatan yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2014:82).

Peneliti awalnya membuat daftar nama responden sebanyak 111responden, lalu peneliti membuat potongan kertas yang dituliskan angka 1 sampai 111 kemudian digulung menjadi kecil. Peneliti secara acak mengambil gulungan kertas sebanyak 87 buah, angka yang didapat dari 87 gulungan kertas tersebut kemudian dicocokkan dengan no urut dari daftar nama yang sudah peneliti buat sebelumnya. Nama-nama yang telah terpilih sesuai dengan no dari potongan surat tadi merupakan responden yang akan dibagikan lembar angket untuk dijawab.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

1.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari lapangan atau penelitian. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari responden yang mengisi angket yang disebar kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015.

1.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut, kemudian disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau peneliti. Data sekunder biasanya disajikan dalam bentuk table-tabel.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data sangatlah dibutuhkan agar data yang didapat benar-benar sesuai dengan harapan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

3.6.1 Angket

Menurut Muslimin (2016:63) perbedaan angket dengan kuisisioner ada pada saat angket atau kuisisioner tersebut disebarkan. Angket yang disebarkan kepada responden nantinya akan langsung dijawab oleh responden dan jawabannya diisi sendiri oleh responden, sedangkan kuisisioner peneliti membacakan pertanyaannya kepada responden lalu dijawab oleh responden dan jawaban tersebut diisi oleh

peneliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket sebagai teknik pengumpulan data. Angket tersebut disebarakan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015.

Dalam teknik pengukuran data, penelitian ini menggunakan Skala Interval. Menurut Kriyantono (2006:137) skala interval merupakan skala yang memiliki jarak yang sama antara data satu dan data lainnya, serta memiliki jarak atau interval yang sama. Dalam penelitian ini pilihan jawaban yang digunakan di dalam angket adalah Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Peneliti tidak memasukkan alternative jawaban netral atau ragu-ragu, karena akan membuat responden ragu memilih jawaban serta responden lebih memilih jawaban netral atau ragu-ragu agar aman.

Tabel 3.1 Skala Interval

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	Skor 4
Setuju	Skor 3
Tidak Setuju	Skor 2
Sangat Tidak Setuju	Skor 1

3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan sebuah peristiwa yang telah berlalu. Dokumentasi dapat berupa foto-foto, laporan dan berkas tertulis lainnya yang tujuannya untuk melengkapi data-data yang telah didapat. Dokumentasi berupa laporan dan berkas tertulis sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian.

3.7 Uji Keabsahan Data

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Azwar (1986) dalam Muslimin (2016:65) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dengan kata lain sebuah penelitian dikatakan valid bila hasilnya memiliki tingkat kesesuaian yang riil dengan kondisi masyarakat. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisiensi korelasi

X : item dari variabel yang diuji

Y : jumlah skor semua item variabel yang diuji

N : jumlah sampel

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Reliabilitas tidak sama dengan validitas artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tetapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur (Muslimin, 2016:66). Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan sejauh konsistensi sebuah instrument dalam mengukur gejala atau masalah yang sama. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan :

r : reliabilitas

k : banyaknya pertanyaan

$\sum Si^2$: jumlah varian soal

S_t^2 : varian total

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:147) analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data antara lain: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyusun data dalam bentuk tabel berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang telah diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Untuk penelitian yang tidak memerlukan perumusan hipotesis, maka langkah terakhir tidak perlu dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji F, koefisien determinasi (R^2) dan regresi linear sederhana.

3.8.1 Uji F

Menurut Widarjono (2010:23-24) uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila nilai F hitung telah didapatkan maka dibandingkan dengan F tabel dengan menentukan taraf signifikansi

sebesar (0,05), lalu df ditentukan oleh nilai numerator (k-1) dan df untuk denominator (n-k). Setelah mendapatkan F tabel, lalu dibandingkan dengan F hitung. Bila F hitung > F tabel, maka dapat diartikan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Namun, apabila F hitung < F tabel dapat diartikan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F dapat dihitung menggunakan SPSS untuk mempermudah perhitungan. Namun uji F juga dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan :

R^2 : Koefisien Determinasi

n : jumlah responden

k : jumlah konstan

3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali dalam Sutrisni (2010:76) mengungkapkan bahwa korelasi determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah terpaan pesan iklan *Google Adsense* dan variabel terikat adalah kesadaran merek (*Brand Awareness*). Untuk memudahkan peneliti, dapat dihitung menggunakan SPSS, namun dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.8.3 Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Teknik analisis tersebut digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan dari dua variabel atau lebih dalam bentuk persamaan. Besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : *Brand Awareness* Zalora Indonesia (variabel Y)

X : Pengaruh terpaan pesan iklan *Google Adsense* (variabel X)

a : nilai konstanta

b : koefisien regresi yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Untuk mengetahui a :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Untuk mengetahui b :

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$